

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan saat ini semakin ketat, sehingga menuntut kemampuan perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi pemasaran. Selain itu manajemen perusahaan diharapkan mampu mendesain dan mempertahankan bahkan meningkatkan pelayanan agar konsumen menjadi loyal. Begitu juga dalam pelayanan kesehatan dituntut untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen yang tidak hanya terbatas pada pelayanannya saja, akan tetapi kualitas yang dihasilkan serta kemampuan dari perusahaan dalam menciptakan citra yang baik kepada konsumen. Hal ini bertujuan menarik pelanggan pada citra yang positif terhadap perusahaan tersebut, serta menarik pelanggan agar percaya dan menggunakan jasa atau produknya kembali.

Saat ini pemasaran dalam bidang jasa menjadi kajian yang menarik dan menantang untuk diteliti lebih mendalam, selain pemasaran yang dikembangkan, strategi promosi juga sangat penting hal ini menyangkut bagaimana melakukan distribusi produknya kepada konsumen. Perusahaan akan mempertimbangkan kepuasan dari pelanggan, hal ini bertujuan agar pelanggan memakai jasa atau produknya dalam jangka panjang. Karena jika konsumen merasa puas maka mereka akan menyampaikannya kepada orang lain, metode ini sangat berpengaruh bagi perusahaan dengan kata lain secara tidak langsung mereka telah membantu

Perusahaan mempunyai tugas yang berat dalam mempertahankan pelanggan yang sudah loyal, mengingat persaingan yang terjadi saat ini. Selain itu perubahan-perubahan sikap konsumen dapat terjadi setiap saat. Oleh karena itu upaya pemasaran diharapkan dapat membantu membangun citra yang positif bagi perusahaan dan memberikan kepuasan pelanggan yang maksimal agar tercipta loyalitas pelanggan dalam jangka panjang dan bertujuan yang positif bagi pelanggan harus diikuti dengan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Jika kinerja yang dilakukan dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, namun jika kinerja perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas bahkan bisa jadi sangat puas.

Citra terbentuk dari dua faktor yaitu faktor komunikasi dan pengalaman konsumen selama mengkonsumsi barang atau jasa yang mereka dapat, untuk itu citra yang baik harus diciptakan oleh suatu perusahaan untuk memperoleh persepsi yang baik pula dimata pelanggan. Karena apabila konsumen merasa tidak puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan tersebut, maka besar kemungkinan konsumen akan beralih menggunakan jasa perusahaan lain. Namun apabila perusahaan itu mampu memberikan kepuasan bagi konsumen, besar kemungkinan bahwa konsumen tersebut akan menggunakan produk atau jasa perusahaan itu kembali sehingga konsumen menjadi loyal. Upaya membangun citra yang positif dimata pelanggan harus dibarengi dengan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan tersebut, agar tingkat kepuasan dan loyalitas dicapai oleh pelanggan.

Penelitian ini merupakan hasil replikasi dari penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Indah Fatmawati (2004). Penelitian yang dilakukan oleh indah

analisis dalam penelitian ini adalah regresi berganda, objek penelitian pada RSUD Muhammadiyah Yogyakarta. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa citra rumah sakit berpengaruh *Significant* terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas juga secara parsial dipengaruhi kepuasan pelanggan terhadap penerimaan, prosedur administratif dan ketepatan jadwal serta kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Rumah sakit Umum Banjarnegara sebagai salah satu Rumah sakit milik daerah yang mempunyai citra positif dimasyarakat dituntut untuk terus mempertahankan citra perusahaan, dan terus menerus berupaya memberikan kepuasan bagi pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan, sehingga Rumah sakit Umum Banjarnegara mampu bertahan dan tetap eksis melayani pelanggannya ditengah persaingan industri kesehatan yang makin maju, karena masing-masing perusahaan berusaha menonjolkan nilai plusnya dimata konsumen.

Saat ini pemasaran jasa menjadi kajian yang menarik dalam penelitian dan cukup menantang untuk diteliti lebih dalam. Penelitian tentang pengaruh citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan yang sebelumnya dilakukan pada industri Perhotelan, Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti kembali pengaruh citra dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Rumah Sakit Umum Banjarnegara. Dalam skripsi ini penulis mengambil judul: **“ Pengaruh Citra dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Rumah Sakit Umum Banjarnegara”**.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka penulis merumuskan yang menjadi pokok permasalahan:

1. Apakah Citra berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan?
2. Apakah Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan?
3. Apakah Citra dan Kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang bisa dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra terhadap loyalitas pelanggan di RSUD Banjarnegara.
2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di RSUD Banjarnegara.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di RSUD Banjarnegara.

D. Manfaat Penelitian

Selanjutnya dari hasil penelitian ini, peneliti mengharapkan beberapa manfaat yaitu :

1. Bagi perusahaan

Memberikan sumbangan pemikiran serta masukan bagi manajemen rumah sakit dalam menentukan kegiatan yang berhubungan dengan citra dan kepuasan

Sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk bisa digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan ataupun sebagai bahan perbandingan bagi peneliti dimasa yang akan datang.

3. Bagi pembaca

Sebagai bahan bacaan untuk memperkaya khasanah daftar pustaka yang berminat mengetahui citra dan keragaman pelayanan levelitas pelayanan yang diberikan